13. MANUAL DE MARCA. ÍNDICE

13.1 INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS P.38/39

13.2 TERMINOLOGÍA BÁSICA P.41

13.3 SISTEMA DE IDENTIDAD

13.3.1 SÍMBOLO O ANAGRAMA P. 43

13.3.2 MARCA PRINCIPAL P.44

13.3.3 VALORES CROMÁTICOS P45

13.3.4 POSITIVO Y NEGATIVO EN B/N P.46

13.3.5 POSITIVO Y NEGATIVO EN ESCALA DE GRISES P.47

13.3.6 VERSIÓN SOBRE CAMPO CROMÁTICO P.48

13.3.7 SÍMBOLO SOBRE CAMPO DE COLOR P.49

13.3.8 ESPACIO MÍNIMO ENVOLVENTE P.50

13.3.9 TEST DE REDUCCIÓN P.51 13.3.10 OPCIONES DE VISUALIZACIÓN P.52 13.3.11 MODULACIÓN P.53

13.3.12 TIPOGRAFÍA P.54

13.4 CONVIVENCIA

13.4.1 CONVIVIENCIA CON OTROS LOGOTIPOS P.56

13.5 PAPELERÍA, MERCHANDISING Y OTROS SOPORTES

PAPELERÍA

13.5.1 APLICACIONES A PAPELERÍA P.58

13.5.2 NORMATIVA IMPRESA P.59

13.5.3 HOJA A4 / A5 P.60 13.5.4 TARJETAS GENÉRICAS P.61 13.5.5 TARJETAS PERSONALES P.62 13.5.6 SOBRE AMERICANO P.63

13.5.7 CARPETA USO EXTERNO P.64

13.5.8 SOBRE BOLSA P.65

13.5.9 SALUDA / INVITACIÓN P.66

13.5.10 CARTELA SOBREMESA P.67

13.5.11 ACREDITACIÓN P.68

13.5.12 SELLO P.69

13.5.13 FIRMA CORREO ELECTRÓNICO P.70

MERCHANDISING

13.5.14 GORRA P. 71

13.5.15 BIDÓN AGUA P.72

13.5.16 BOLSA COMPRA P.73

13.5.17 SOMBRERO P.74 13.5.18 TOALLA P. 75 13.5.19 NEVERA PORTÁTIL 8X3 P. 76

13.5. 20 BOLÍGRAFO P. 77

OTROS SOPORTES

13.5.21 CD P.78

13.5.22 PLACA PERMANENTE METACRILATO O PVC P.79

13.5.23 CARTEL A3/A4 P.80

13.5.24 ROLL UP P.81

13.5.25 VALLA 4X3 P.82

13.5.26 VALLA 8X3 P.83

13.5.27 BOLSA DE TELA P.84

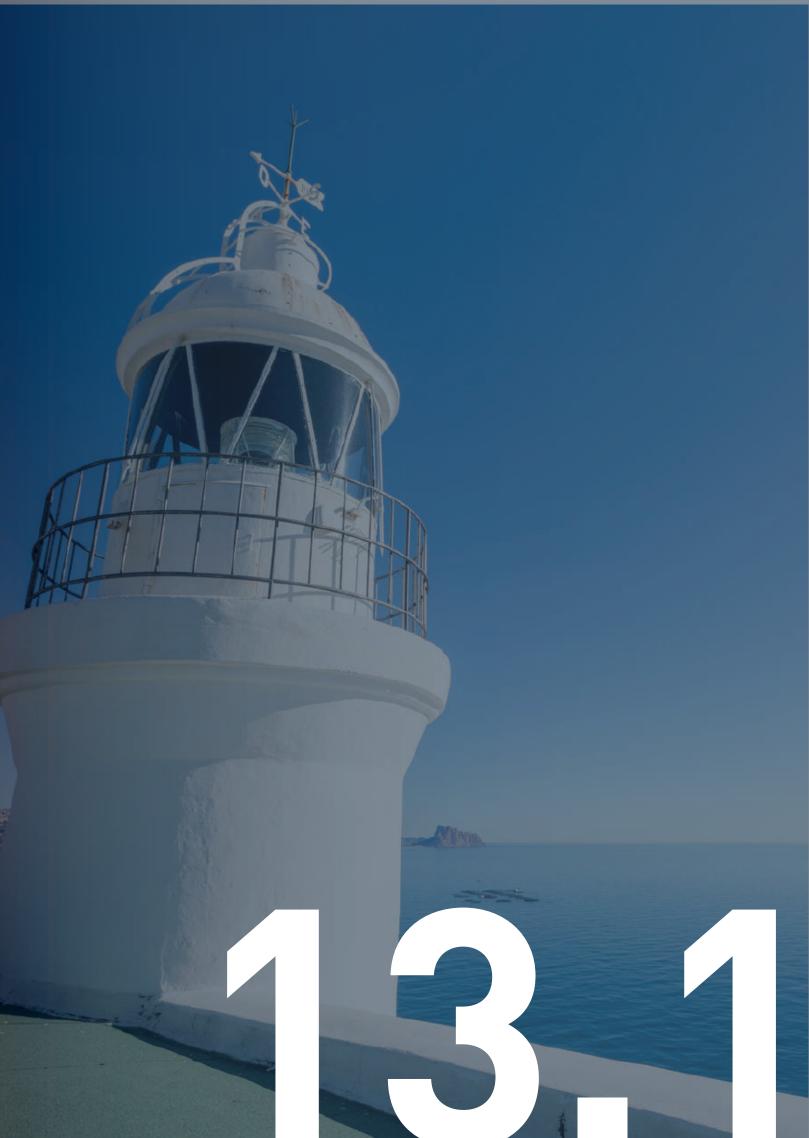
13.5.28 USB P.85

13.5.29 TAZA DE PORCELANA P.86

13.5.30MASCARILLA P.87

13.5.31 BOTELLA DE AGUA P.88

13.5.32 CHAPAS P.89



13.1 INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

El Manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la identidad Visual de la marca Edusi L'Alfàs del Pi.

Como elementos constitutivos establecemos las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.

La consolidación de la imagen de la Edusi L'Alfàs del Pi necesita de una atención especial a las recomendaciones expuestas en este manual, como documento que nos garantiza una unidad de criterios en nuestra comunicación y difusión pública.

La observación por parte de los usuarios de las pautas indicadas en el mismo es fundamental para el buen funcionamiento de la globalidad de dicha marca.

El Manual de la Marca debe ser por tanto una herramienta "viva" y presente en todas las aplicaciones de la marca corporativa, y su convivencia con sus productos.

Las directrices que contiene este documento no pretenden, de ninguna manera, restringir la creatividad de la empresa, sino servir como guía inicial para la aplicación del Conjunto de Identidad Visual de la Edusi L'Alfàs del Pi en todos los soportes en los que la marca esté presente.



El manual de marca es un documento que pretende guiar sobre cómo desarrollar la imagen EDUSI 'L'Alfàs del Pi Territorio Saludable' con la finalidad de garantizar un correcto uso y la mayor visibilidad de la contribución de Europa en su desarrollo. En concreto, el manual responde a los siguientes objetivos:

- · Definir una imagen notoria para EDUSI 'L'Alfàs del Pi Territorio Saludable'.
- · Garantizar coherencia y un desarrollo homogéneo de la imagen, marcando el estilo gráfico y las pautas a seguir.
- · Cumplir con la normativa en cuanto a obligatoriedad del uso de los logos europeos y sus particularidades.
- · Potenciar la visibilidad de la Unión Europea y su contribución.
- · Resolver las dudas y marcar las pautas de convivencia de diferentes marcas.

OBLIGATORIEDAD DEL USO DEL LOGO Y LEMA DE LA UE Y LA REFERENCIA A FEDER

En las diversas acciones de comunicación, la marca EDUSI 'L'Alfàs del Pi Territorio Saludable' tendrá que convivir en un mismo espacio con el emblema de la Unión Europea, para lo cual ha de tenerse en cuenta la normativa gráfica de la bandera y, debajo de la misma, aparecerá el texto Unión Europea.

ser más pequeño que otros logos.

Además, deberán recogerse las menciones en texto al FEDER y el lema oficial, tal y como se cita a continuación:

El logo de la Unión Europea deberá ocupar al menos el mismo espacio que el mayor de los

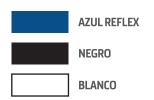
logos insertados. El logo de la UE nunca podrá

Fondo: Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)

Lema: Una manera de hacer Europa



UNIÓN EUROPEA



El emblema va con la bandera y siempre acompañado por UNIÓN EUROPEA



13.2 TERMINOLOGÍA BÁSICA

Imagen corporativa

La percepción que una determinada persona o un colectivo tienen de una Entidad. Es la imagen mental ligada a una Corporación y a lo que ella representa.

Identidad visual

La parte visible de la identidad de una empresa. A menudo se utilizan de manera indiscriminada Identidad Corporativa e Identidad Visual. No obstante, la primera se encuentra en un plano superior a la segunda.

Logotipo o marca

La conjunción de los distintos elementos que componen la identidad visual de la empresa: logotipo, símbolo/anagrama y color.

Tipografía corporativa

Tipo de letra que se utiliza de forma vinculante para escribir los textos relacionados con la Imagen Corporativa.

La normalización de la tipografía es un factor adicional en todo programa de Identidad Visual.

Identidad corporativa

El conjunto de características específicas y personales de una Entidad, las cuales crean una forma perceptible y memorizable de sí misma y la diferencian de las demás entidades.

El término Identidad Corporativa, por el que entendemos su carácter específico, implica todo lo que una empresa representa: sus productos, su comunicación, sus inmuebles...

Manual de identidad corporativa

Conjunto de normas que regulan el uso y aplicación de la Identidad Corporativa en el plano del diseño.

Símbolo

Elemento gráfico que simboliza la empresa y contribuye a mejorar su identificación.



13.3 SISTEMA DE IDENTIDAD

13.3.1 Símbolo o anagrama

El uso correcto de la Identidad Visual Corporativa contempla la utilización del símbolo sin texto, con la intención de que este identifique perfectamente a la marca (con el paso del tiempo y la incidencia y uso de la misma). Su empleo correcto siguiendo las indicaciones aquí establecidas garantiza el buen funcionamiento del símbolo y, por tanto de la propia marca Edusi "L'Alfàs del Pi. Territorio Saludable".

13.3.2 Marca principal

El uso correcto de la Identidad Visual Corporativa contempla la utilización de la marca genérica o principal. Su empleo correcto siguiendo las indicaciones aquí establecidas garantiza el buen funcionamiento de "Edusi L'Alfàs del Pi. Territorio Saludable".



13.3.3 Valores cromáticos

Se trata de una marca policromática -es decir, emplea varios colores corporativos básicos-.

Presentamos los valores numéricos tanto en CMYK como en RGB de los tonos que la marca puede emplear, siendo estos y no otros los colores correctos de la marca que se muestra, así como su correspondiente valor Pantone para la elaboración de soportes varios.



PANTONE 176-10 CCMYK 68 -47- 51 - 18
RGB 97 - 108 - 108



PANTONE 20-7 CCMYK 1-42 - 93 - 0
RGB 264 - 161 - 48



CMYK 80 -1 - 100 - 0 RGB 94 - 163 - 67

PANTONE 148-8 C



PANTONE 91-7 CCMYK 60 -90 - 0 - 0
RGB 114 - 57 - 136

13.3.4 Positivo y negativo en B/N

La utilización de la marca en blanco y negro será posible en ciertas aplicaciones que lo requieran, teniendo que respetar las mismas normas de construcción de la marca ya impuestas a lo largo del manual y ciñéndose estrictamente a las normas aquí descritas.





13.3.5 Positivo y negativo en escala de grises

La utilización de la marca en escala de grises será posible en ciertas aplicaciones que lo requieran, teniendo que respetar las mismas normas de construcción de la marca ya impuestas a lo largo del manual y ciñéndose estrictamente a las normas aquí descritas.





13.3.6 Versión sobre campo cromático

La utilización de la marca sobre campos cromáticos corporativos será posible en ciertas aplicaciones que lo requieran, teniendo que respetar las mismas normas de construcción de la marca ya impuestas a lo largo del manual y ciñéndose estrictamente a las normas aquí descritas



13.3.7 Símbolo sobre campo de color

La utilización del símbolo sobre campo de color corporativo o sobre campo negro será posible en ciertas aplicaciones que lo requieran, utilizando las mismas normas de composición que se han nombrado durante el manual corporativo.



13.3.8 Espacio mínimo envolvente

El espacio mínimo envolvente es esencial para establecer un área de protección en torno a la marca.

Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.

La construcción del área de respeto queda determinada por la medida "x", siempre que sea posible es preferible aumentar al máximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos (textos e imágenes).



13,3,9 Test de reducción

El test de reducción delimita el tamaño mínimo hasta el que se puede reducir la marca para su buen funcionamiento. Reducir la marca más de lo que se indica conlleva la mala visualización de esta, con lo que se

genera una neutralización de la efectividad de la imagen corporativa.

Tampoco se admitirá cualquier tipo de achatamiento o estiramiento, o cualquier tipo de deformación que estropeen la imagen de la marca.







13.3.10 Opciones de visualización

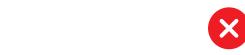
Las disposiciones en las que se aplicará la marca será tal y como se muestra, rechazando cualquier otra posición siempre que no sea estrictamente necesario.

El logotipo podrá aplicarse en cualquier dirección siempre que se lea de izquierda a derecha y de abajo hacia arriba, pero jamás deberá aplicarse volteada.



















13.3.11 Modulación

La marca "Edusi L'Alfàs del Pi. Territorio Saludable" se inscribe en una superficie modular de proporciones. El valor "X" establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.



13.3.12 Tipografía

Para Edusi L'Alfàs del Pi empleamos en su marca principal una sola tipografía.

La tipografía es MYRIAD PRO REGULAR de formas gráficas anchas y san serif (sin serifa).

Principal: Myriad Pro regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 !?.,:;)*@\$%#É

Abc012

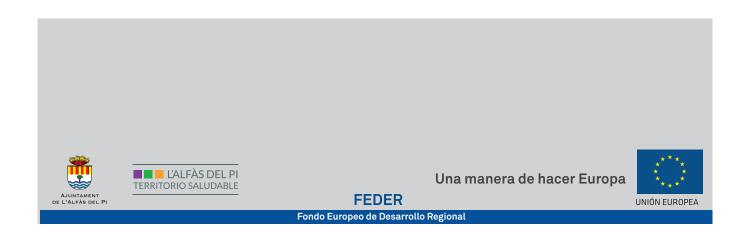


13.4 CONVIVENCIA

13.4.1 Convivencia con otros logotipos

La utilización de la marca en convivencia con otros logotipos se hace evidente e incluso obligatoria en la mayoría de los soportes empleados por la Edusi L'Alfàs del Pi. La marca del Ajuntament de L'Alfàs del Pi y de la Unión Europea, además del empleo de dos frases "Una manera de hacer Europa" y "Fondo Europeo de Desarrollo Regional FEDER" van a estar presentes; por lo tanto, hemos de tener un esquema de composición que respetar en todo momento.







13.5 PAPELERÍA, MERCHANDISING Y OTROS SOPORTES

PAPELERÍA

13.5.1 Aplicaciones a papelería

Las aplicaciones que se exponen a continuación están encaminadas a la complementación de la imagen corporativa para elaborar una completa imagen de marca que posibilite la unificación de todos los soportes de papelería utilizados para el reconocimiento de su imagen como tal en todos los ámbitos.

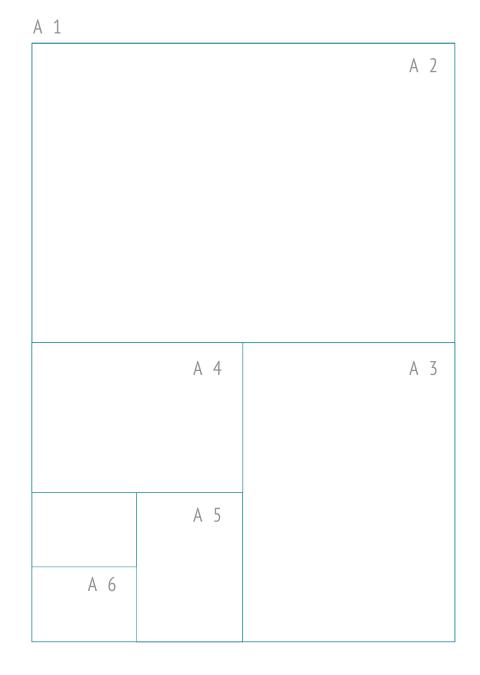
La correcta utilización de las normas aquí presentadas facilitará la eficacia de las diferentes aplicaciones en sus respectivos medios de actuación.

13.5.2 Normativa impresa

Aquí se muestran de modo esquemático la actual normativa de medidas en soportes de papelería según establece la Comunidad Europea.

Desde el tamaño más grande (A1) hasta el más pequeño (A6)

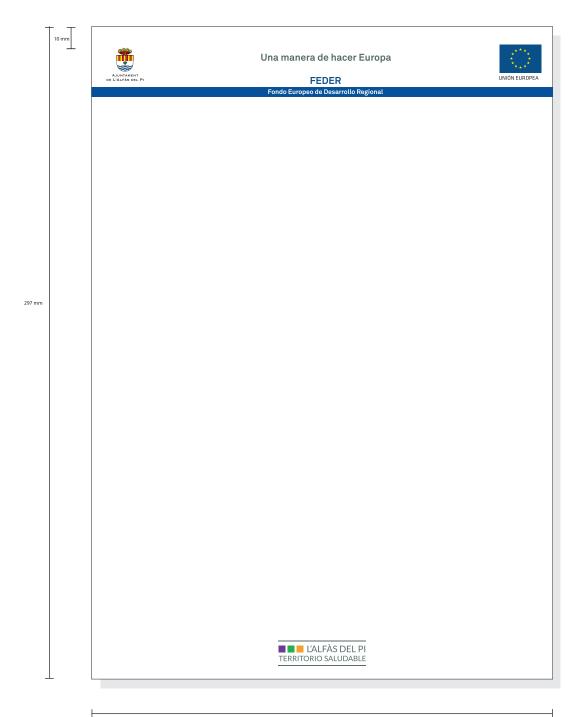
No se establecen en este esquema aquellos soportes que puedan ser permisibles de quedar fuera de formato, como tarjetas personales o genéricas.



13.5.3 Hoja A4 - A5

Modelo de carta Din A4 o Din A5. En este modelo se colocan todas las marcas de convivencia.

Tamaño: A4 - 210x297 mm.



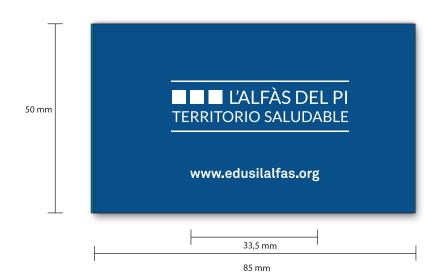
60

13.5.4 Tarjetas genéricas

Modelo de tarjetas genéricas impresas a doble cara. En este modelo se colocan los logotipos de convivencia, así como otros datos de contacto (web, mail, teléfonos, fax...).

Tamaño: 85x50 mm.





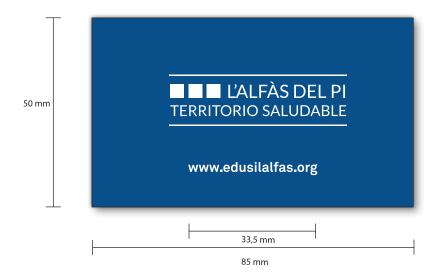
61

13.5.5 Tarjetas personales

Modelo de tarjetas genéricas impresas a doble cara. En este modelo se colocan los logotipos de convivencia, así como otros datos de contacto (web, mail, teléfonos, fax...). También el nombre de la persona y su cargo.

Tamaño: 85x50 mm.





13.5.6 Sobre americano

Modelo de sobre americano con o sin ventana. En este modelo se colocan la dirección de la Edusi, así como otros datos de contacto.

Tamaño: 225x115 mm.





13.5.7 Carpeta uso externo

Carpeta corporativa impresa a dos caras. Incluye direcciones, teléfonos, web y direcciones de correos electrónicos de la Edusi L' Alfàs del Pi. Hendido en la parte central para su correcto plegado. Solapa pegada en el interior para evitar la caída de la documentación.

Tamaño: 450x320 mm.



13.5.8 Sobre Bolsa

Sobre bolsa impreso en dos caras (anverso y solapa).

En este modelo se coloca la dirección de Edusi "L'Alfàs del Pi. Territorio Saludable".

Tamaño: 250x350 mm.



13.5.9 Saluda / invitación

Documento en apaisado impreso sobre papel verjurado de 300 gramos o similar. En este modelo se colocan las marcas de convivencia del proyecto Edusi.

Tamaño: 150x100 mm.



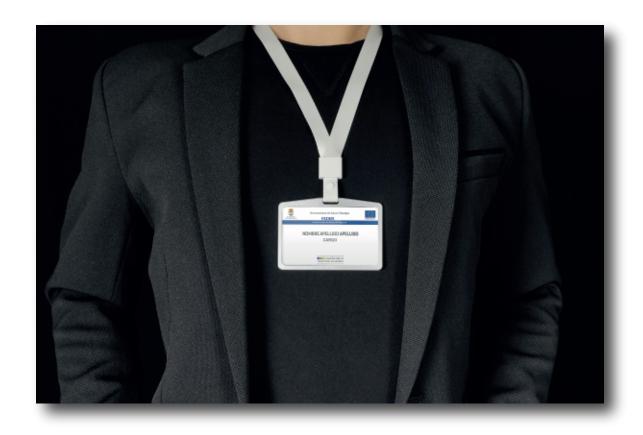
13.5.10 Cartela sobremesa

Para conferencias y charlas, los ponentes tendrán su placa o cartela de sobremesa para ser identificados por los asistentes a los actos.



13.5.11 Acreditación

La acreditación corporativa de "Edusi L'Alfàs del Pi. Territorio Saludable" sirve para identificar a los asistentes a eventos, actos y conferencias. Tanto el lanyard como la tarjeta han de ser corporativos.



13.5.12 Sello

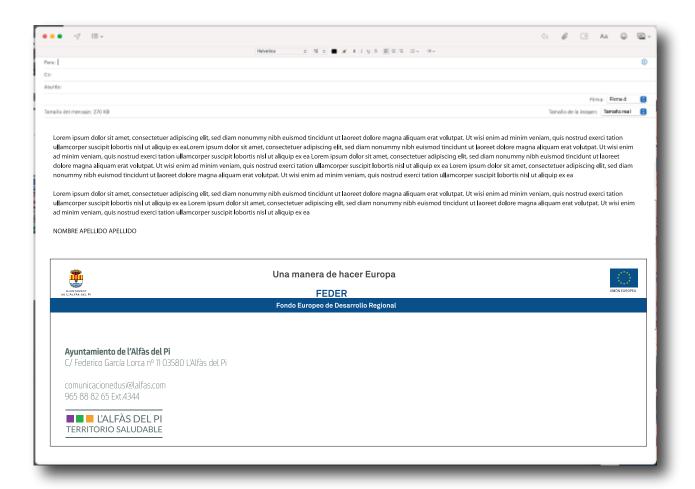
Diseño de sello o tampón. Puede realizarse tampón automático o bien sello de madera tradicional. Sirve para sellar documentación.

Tamaño: 58x34 mm.



13.5.13 Firma correo electrónico

Todo los correos electrónicos enviados desde nuestra oficina de "Edusi L' Alfàs del Pi. Territorio Saludable" han de ser corporativos del proyecto, teniendo cada persona uno propio con sus datos de contacto.



MERCHANDISING

13.5.14 Gorra

En los artículos de merchandising encontramos la opción de gorra, similares a las propuestas que vemos en las imágenes, con el logotipo de Territorio Saludable, bien a todo color o bien a una sola tinta.



13.5.15 Bidón agua

Las botellas tipo termo o bidón de agua tampografiadas a una tinta con las marcas de Edusi y Territorio Saludable. Se pueden optar a modelos con diferentes capacidades y colores.



13.5.16 Bolsa compra

La bosa de tela para compras es muy útil ya que nos garantiza impactos móviles debido a que es un elemento que se "pasea" por la ciudad. Empleamos a modo de mosaico los cuadrados de nuestra marca, y asimismo colocamos en la parte inferior las marcas de EDUSI.



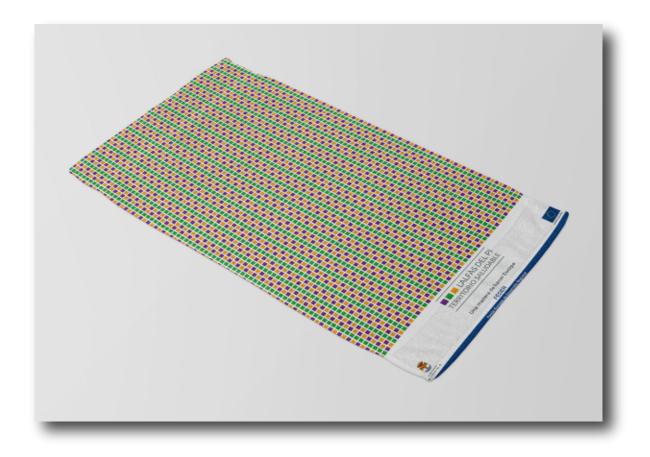
13.5.17 Sombrero

El sombrero puede ser de diversos materiales, de tela (como el mostrado en la imagen) o de paja, con una badana que sirve para imprimir las marcas del proyecto.



13.5.18 Toalla

La toalla está diseñada con el mosaico de cuadrados de la EDUSI. Territorio saludable, y en la parte inferior es donde colocamos los logotipos del proyecto europeo.



13.5.19 Nevera portátil

La nevera portátil o bolsa isotérmica, sirve para transportar bebidas o alimentos que se mantendrán fríos. En ella podemos imprimir nuestra marca de Territorio Saludable, bien a todo color, o bien a una sola tinta. Existen muchos modelos y colores de este producto. Este es solo un ejemplo de ello.



13.5.20Bolígrafo

El proyecto puede utilizar múltiples productos de merchandising que sirvan para potenciar la imagen de marca y el conocimiento del proyecto Edusi.

Aquí ejemplo de un bolígrafo promocional, con la serigrafía de las marcas convivientes.



OTROS SOPORTES

13.5.21 CD

El CD o DVD corporativo de "Edusi L' Alfàs del Pi. Territorio Saludable" sirve para guardar información. Consta tanto de la caja exterior como de la impresión de la propia unidad.



13.5.22 Placa permanente metacrilato o pvc

La placa permanente, realizada en los materiales de pvc o bien de metacrilato y atornillada a pared, se coloca tanto en interiores como en exteriores de manera muy sencilla. En ellas tenemos la información y logotipos del proyecto en cuestión.





13.5.23 Cartel A3 / A4

Los carteles de papel tamaño A3 o A4 sirven para colocar en lugares oficiales como Ayuntamientos u oficinas institucionales, así como la posibilidad de colocarse en comercios locales.



13.5.24 Roll Up

El Roller o roll up sirve para exponer en lugares de interior la información que nos interese en cada momento. Es un elemento de fácil instalación y transporte.

Tamaño: 80x200 cm



13.5.25 Valla 4x3

Ejemplo de valla de obra o carretera, de tamaño estandar 4x3 metros, en la que se incluye la información necesaria para cada proyecto, "Edusi L' Alfàs del Pi. Territorio Saludable".



12.5.26 Valja 8x3

Ejemplo de valla de obra o carretera, de tamaño estandar 8x3 metros, en la que se incluye la información necesaria para cada proyecto de "Edusi L' Alfàs del Pi. Territorio Saludable".



13.5.27 Bolsa de Tela

Las bolsas de tela, vinilo o poliéster impresas con la marca "Edusi L' Alfàs del Pi. Territorio Saludable" son un elemento interesante, ya que se convierten en un soporte móvil visible gracias a la persona que lo lleva en la espalda.



13.5.28 USB

Los pendrive o memorias USB sirven para entregar o guardar material explicado en conferencias y, con ello, los asistentes se llevan el contenido adecuado de las charlas en un elementos corporativo de "Edusi L' Alfàs del Pi. Territorio Saludable".



13.5.29 Taza de porcelana

Otro soporte muy interesante de merchandising es la taza de porcelana, sublimada con la marca "Edusi L' Alfàs del Pi.Territorio Saludable".



13.5.30 Mascarilla

Las mascarillas se han tornado elementos indispensables en estos tiempos actuales, por lo tanto ofrecemos este diseño con el símbolo de "Edusi L' Alfàs del Pi. Territorio Saludable" para que puedan regalarse a la ciudadanía.



13.5.31 Botella de agua

Para eventos, conferencias, charlas y presentaciones, se ofrecerán botellas de agua individual personalizada con la marca "Edusi L' Alfàs del Pi. Territorio Saludable".



13.5.32 Chapas

Este soporte es un elemento muy útil para potenciar la marca "Edusi L' Alfàs del Pi. Territorio Saludable".





